

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI  
KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA  
PEKANBARU**

**SKRIPSI**



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH:**

**TASYA IRA DHANI**

**NIM. 11970120178**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2023**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI  
KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA  
PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

**OLEH:**

**TASYA IRA DHANI**

**NIM. 11970120178**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2023**



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : TASYA IRA DHANI  
 NIM : 11970120178  
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)  
 JUDUL : PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU

**DISETUJUI OLEH :**

**PEMBIMBING**

**RIKI HANRI MALAU, SE, MM**  
 NIP. 19710124 200701 1 020

**MENGETAHUI,**

**DEKAN**

**Dr. H. MAHYARNI, SE, MM**  
 NIP. 19700826 199903 2 001

**KETUA PROGRAM STUDI  
 S1 MANAJEMEN**

**ASTUTI MEFLINDA, SE, MM**  
 NIP. 19720513 200701 2 018




**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

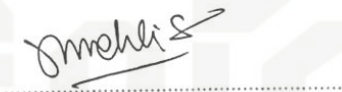
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**


Nama : Tasya Ira Dhani  
 NIM : 11970120178  
 Jurusan : S1 Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
 Judul Skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru  
 Tanggal Ujian : 27 Juni 2023

**Tim Penguji**

Ketua  
 Astuti Meflinda, SE, MM 

Sekretaris  
 Ulfiah Novita, SE, M.Si 

Penguji 1  
 Muklis, SE, MM 

Penguji 2  
 Saipul Al Sukri, SE, M.Si 



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية  
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES  
Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail:fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-0731/Un.04/F.VIII/PP.00.9/1/2023 Pekanbaru, 17 Januari 2023 M  
Sifat : Biasa 24 Jumadil Akhir 1444 H  
Lampiran : -  
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. **Riki Hanri Malau, SE, MM**  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.  
Dengan hormat,  
Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Tasya Ira Dhani  
N I M : 11970120178  
J u r u s a n : Manajemen  
S e m e s t e r : VII (Tujuh)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas. Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan  
Wakil Dekan Bid. Akademik dan  
Pengembangan Lembaga,



**Dr. Kamaruddin, S.Sos, M. Si**  
NIP. 49790101 200710 1 003

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TASYA IRA DHANI

NIM : 11970120178

Tempat/Tgl. Lahir : PEKANBARU, 01 JUNI 2000

Fakultas/Pascasarjana : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

Prodi : SI MANAJEMEN

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOUS KANZLER DI KELURAHAN

TOBEKGDANG KECAMATAN BINA WYDYA KOTA PEKANBARU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, ..... JUNI 2023

Yang membuat pernyataan



METERAI TEMPEL  
10000  
D9D5FAKX505718896  
Tasya Ira Dhani  
NIM : 11970120178

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

***INFLUENCE OF HALAL LABELING AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS OF KANZLER SAUSAGE PRODUCTS IN TOBEGODANG VILLAGE, BINAWIDYA DISTRICT, PEKANBARU CITY***

**By:**

**TASYA IRA DHANI**

**11970120178**

*This research was conducted in Tobekgodang Village, Binawidya District, Pekanbaru City. This study aims to examine and determine the effect of halal labeling and product quality on purchasing decisions for kanzler sausage products. The population of this study were consumers who had purchased and consumed kanzler sausage products in Tobekgodang Village. The number of samples in this study amounted to 100 people with the incidental sampling method and using the Cochran formula. Provisions for data analysis in this study were quantitative using multiple linear regression methods. The results of this study indicate that there is an influence of halal labeling and product quality on purchasing decisions for kanzler sausage products in Tobekgodang Village. This is evidenced by the value of  $F_{count} > F_{table}$  or  $56.978 > 3.09$  and the significance value ( $sig.$ )  $< \alpha = (0.05)$  or  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination obtained is 0.540 or 54%. Purchase decisions are influenced by halal labeling and product quality, while the remaining 46% is influenced by other factors not included in this study.*

**Keywords: Halal Labeling, Product Quality, and Purchasing Decisions**




**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assala'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillahirobbil 'alamin*

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya. Sholawat beserta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya Penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Yth:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Bapak Budi dan Mama Tini tercinta yang membesarkan, memberikan cinta dan pengorbanan yang tidak kenal lelah serta tidak pernah lupa mendo'akan mulai dari menjalani proses perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku dosen pembimbing proposal sekaligus pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing Penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Lusiawati, SE, MBA selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Seluruh dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Teman-teman emtees (Cipit, Ayi, Aldi, Dayat dan Ejak) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada Penulis selama pengerjaan skripsi.
10. Teman-teman pejuang skripsi (Sugi, Rini, dan Serly) yang telah membantu dan memberikan semangat kepada Penulis selama pengerjaan skripsi.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1 Teman-teman STAY dan STRAY KIDS yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi kepada Penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi.

1 Teman-teman Queen Soda yang telah berjuang bersama selama pengerjaan skripsi hingga selesai.

1 Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjasa dan membantu Penulis dalam penyusunan skripsi.

Semoga segala dukungan dan bantuan yang telah Penulis terima menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan bagi Penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di masyarakat.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekanbaru, Juni 2023

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

**TASYA IRA DHANI**

**NIM. 11970120178**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran .....	12
2.2 Keputusan Pembelian .....	14
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	15
2.3.3 Tahapan Dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	20
2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.3 Labelisasi Halal .....	23
2.3.1 Definisi Labelisasi Halal .....	23
2.3.2 Indikator Labelisasi Halal .....	24
2.3.3 Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian.....	24

1.4	Kualitas Produk .....	25
2.4.1	Definisi Kualitas Produk .....	25
2.4.2	Indikator Kualitas Produk .....	26
2.4.3	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.5	Pandangan Islam.....	27
2.5.1	Pandangan Islam Terhadap Labelisasi Halal .....	27
2.5.2	Pandangan Islam Terhadap Kualitas Produk .....	28
2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran .....	33
2.8	Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	34
2.9	Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4	Populasi dan Sampel .....	41
3.5	Teknik Pengumpulan Sampel.....	42
3.6	Teknik Analisa Data.....	43
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.2	Skala Pengukuran Data .....	44
3.7	Uji Kualitas Data .....	44
3.7.1	Uji Validitas .....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.8.1	Uji Normalitas.....	45

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.2	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.8.3	Uji Multikolonieritas.....	46
3.8.4	Uji Autokorelasi.....	47
3.9	Uji Regresi Linear Berganda.....	47
3.10	Uji Hipotesis.....	47
3.10.1	Uji T.....	47
3.10.2	Uji F.....	48
3.10.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>		<b>50</b>
4.1	Sejarah Perusahaan.....	50
4.2	Visi dan Misi.....	52
4.3	Nilai-Nilai Perusahaan.....	52
4.4	Lokasi Penelitian.....	53
4.4.1	Sejarah Kelurahan Tobekgodang.....	53
4.4.2	Kondisi Geografis.....	54
4.4.3	Kedaaan Ekonomi dan Sosial Kelurahan Tobekgodang.....	55
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
5.1	Karakteristik Responden.....	57
5.1.1	Responden berdasarkan umur.....	57
5.1.2	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
5.1.3	Responden berdasarkan pendidikan.....	58
5.1.4	Responden berdasarkan pekerjaan.....	59
5.1.5	Responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	60
5.1.6	Responden berdasarkan penghasilan.....	61
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2.1	Labelisasi Halal.....	62
5.2.2	Kualitas Produk.....	63
5.2.3	Keputusan Pembelian.....	65
5.3	Uji Kualitas Data.....	66
5.3.1	Uji Validitas.....	66
5.3.2	Uji Realibilitas.....	71
5.4	Uji Asumsi Klasik.....	72
5.4.1	Uji Normalitas.....	72
5.4.2	Uji Multikolonieritas.....	74
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	75
5.4.4	Uji Autokorelasi.....	76
5.5	Analisis Data Penelitian.....	77
5.5.1	Regresi Linear Berganda.....	77
5.5.2	Uji Parsial (Uji T).....	78
5.5.3	Uji Simultan (Uji F).....	80
5.5.4	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	81
5.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
5.6.1	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
5.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
5.6.3	Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>		<b>87</b>
6.1	Kesimpulan.....	87
6.2	Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>89</b>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Kuesioner.....	44
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	49
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Umur.....	57
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 5.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	59
Tabel 5.4 Responden Menurut Pekerjaan .....	59
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	60
Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Labelisasi Halal (X1).....	62
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X2).....	64
Tabel 5.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 5.10 Uji Validitas Labelisasi Halal (X1).....	67
Tabel 5.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	68
Tabel 5.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 5.13 Rekapitulasi Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 5.14 Hasil Uji Normalitas dengan Kormogolov Smirnov.....	74
Tabel 5.15 Rekapitulasi Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 5.16 Rekapitulasi Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 5.17 Nilai Koefisien Regresi.....	77
Tabel 5.18 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	79

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.19 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	81
Tabel 5.20 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	82
Tabel 5.21 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indonesia Digital Popular Brand Index Kategori Sosis .....	2
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	34
Gambar 5.1 Uji Normalitas .....	73
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	75



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Makanan termasuk kebutuhan yang bersifat pokok untuk manusia. Seperti yang diketahui makhluk hidup terutama manusia membutuhkan kebutuhan dasar yang meliputi atas sandang, pangan dan papan. Berjalannya waktu, keperluan akan makanan semakin meningkat seiring dengan bertambahnya populasi manusia. Di Indonesia sendiri, populasi manusianya mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 populasi Indonesia mencapai 275.773,8 ribu jiwa. Angka ini meningkat dibandingkan tahun 2021 yang populasinya sebesar 272.682,5 ribu jiwa (BPS, 2022).

Dikarenakan kebutuhan akan makanan terus meningkat, maka semakin banyak pula perusahaan makanan baru dan perusahaan lama yang mengembangkan produknya demi memenuhi kebutuhan konsumen. Sama halnya dengan PT Marcoprima (Cimory Group) yang memunculkan ide pembuatan Sosis Kanzler yang merupakan sosis khas Jerman yang di produksi tanpa MSG, tanpa pewarna buatan, berkualitas premium sesuai SNI dan menggunakan bumbu sosis Jerman yang khas.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 1.1 Indonesia Digital Popular Brand Index Kategori Sosis**

*Sumber: Infobrand.id*

Berdasarkan survei Indonesia Digital Popular Brand Index terdapat kategori sosis melalui tiga metode penilaian yaitu Search Engine Based, Social Media Based dan Website Based terdapat 237 kategori bisnis dengan lebih dari 1500 brand tersurvei di Indonesia. Dalam catatannya, Champ keluar sebagai merek Sosis yang paling populer di dunia digital. Dimana merek ini telah diulas sebanyak 140 ribu kali di Google Indonesia atau 15,14%. Disusul posisi kedua ada Fiesta dengan 171 ribu ulasan atau 13,21% dan Kanzler di posisi ketiga dengan 39.500 ulasan atau 11,97%.

Sosis kanzler mempunyai kelebihan dari sosis merek lain yang beredar di pasaran. Harga sosis kanzler memang lebih mahal sebab terbuat dari daging premium yang bebas MSG dan tanpa pewarna buatan. Sosis kanzler merupakan sosis siap makan yang praktis untuk dikonsumsi secara langsung, rendah kalori dan mengandung protein. Sosis kanzler sendiri mudah untuk

ditemukan diberbagai lokasi perbelanjaan dan sangat mudah untuk dibawa kemana-mana karena mempunyai kemasan yang ekonomis.

Tetapi demi memenuhi kebutuhan masyarakat, banyak pabrik yang menggunakan cara ilegal demi memperoleh keuntungan. Di Indonesia, penjualan ilegal dapat melalui perbatasan yang tidak dijaga dengan ketat. Seperti halnya pada kasus yang pernah terjadi sebanyak 5.280 batang sosis ilegal asal Malaysia tanpa dilengkapi dokumen lengkap masuk ke Indonesia melalui pintu masuk di beberapa titik perbatasan yang ada di lima kabupaten wilayah Kalimantan Barat (**Endah, 2013**). Sosis haram asal Malaysia sangat berbahaya jika dimakan. Walaupun ada label “Halal” yang tertera pada kemasan tersebut, tidak bisa menjamin kelayakan karena makanan ilegal tersebut tidak masuk melalui proses yang resmi.

Setiap konsumen dalam membeli produk mempunyai tindakan yang berbeda-beda. Dalam membeli suatu produk, konsumen perlu melalui tahapan keputusan pembelian. Konsumen akan mencari tau kebutuhannya berdasarkan stimulus yang diterimanya. Selanjutnya, setelah mengetahui kebutuhannya maka konsumen akan terdorong untuk mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan kemudian memilih alternatif yang akan digunakan untuk memperoleh produk yang dibutuhkan dan setelah melakukan pembelian konsumen dapat menentukan tingkat kepuasannya terhadap produk yang dibelinya.

Keputusan pembelian tidak hanya dilalui beberapa tahapan, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor emosional yang meliputi

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepatuhan beragama, psikologis dan atribut islami; faktor rasional yang meliputi harga, kualitas serta manfaat produk; dan faktor konvensional yang merupakan motivasi konsumen dalam membeli produk apakah berasal dari dalam dirinya sendiri atau dipengaruhi orang lain tanpa mempertimbangkan kehalalan dan kualitas produk (Putra, 2019).

Dalam pengambilan keputusan, kepatuhan beragama bagi konsumen muslim dengan menyesuaikan perilaku mereka dalam mengkonsumsi makanan. Oleh karena itu, label halal pada kemasan menjadi acuan konsumen muslim dalam membeli dan mengkonsumsi. Keberadaan label halal pada suatu produk, baik barang konsumsi atau yang barang yang menyerap ke dalam tubuh dinilai sangat penting keberadaannya, terutama di Indonesia. Berdasarkan UU nomor 33 tahun 2014, semua produk konsumsi, makanan dan minuman, serta produk lain seperti obat-obatan, kosmetik dan lain sebagainya harus memiliki sertifikat halal (Erlangga, 2022).

Fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan jumlah penganut agama islam terbanyak membuat pemerintah memiliki aturan-aturan atau kebijakan yang cukup ketat dalam sertifikasi pengadaannya pada suatu produk. Sertifikasi halal diperlukan pada suatu produk untuk meyakinkan konsumen bahwa yang mereka konsumsi diproses sesuai syariat. Selain itu, penerapan sertifikasi halal penting untuk suatu makanan maupun minuman. Hal ini dikarenakan pada proses pembuatan makanan, minuman, atau produk konsumsi halal lainnya, aspek kebersihan, higienitas, ramah lingkungan, dan menghormati kesejahteraan hewan sangat diutamakan.

Saat ini banyak isu terkait produk-produk yang beredar, seperti adanya produk yang mengandung bahan-bahan haram dan dijual bebas di pasaran. Seperti produk sosis ayam yang pada kemasannya terdapat logo kepala babi. Produk sosis tersebut ditawarkan oleh Hoki Shop Taiwan yang dijalankan oleh orang Indonesia yang tinggal di Taiwan (**Fitria, 2021**). Selain itu, ditemukan sosis sapi dan sosis ayam yang tidak memiliki label sesuai standar dan tidak tertera label halal. Jadi untuk itu konsumen harus teliti sebelum membeli makanan.

Bagi konsumen muslim, tidak hanya memperhatikan kehalalan produk saja, namun juga baik untuk dikonsumsi. Kata “baik” diartikan aman jika dikonsumsi, memiliki gizi yang baik dan bebas dari zat yang berdampak buruk bagi tubuh. Dalam hal ini dapat dikatakan, bahwa produk yang baik berarti produk yang memiliki kualitas yang baik. Menurut (**Nurhayati, Hasanuddin, & Suyandi, 2022**) Kualitas produk merupakan karakteristik yang diterapkan perusahaan dengan memberikan nilai lebih pada produk yang ditawarkan dengan tujuan menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, produk yang berkualitas baik akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Konsumen akan mempertimbangkan faktor kualitas produk yang akan dibeli. Kualitas produk perlu disesuaikan oleh perusahaan dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga memberikan pengaruh positif dari konsumen. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang berkualitas

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan fitur-fitur yang inovatif. Sehingga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Beberapa penelitian sudah pernah dilakukan terkait pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Bulan, T. P. L. (2016) dinyatakan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Selanjutnya, dalam penelitian yang pernah dilakukan oleh Ismunandar, I., Muhajirin, M., & Haryanti, I. (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Bima.

Sedangkan berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan konsumen yang berada di Kelurahan Tobekgodang terkait faktor dalam melakukan pembelian produk sosis kanzler yaitu dengan Saudari Yulita Nabilla Putri berpendapat bahwa faktor utama melakukan pembelian berdasarkan kualitas produk dan kepraktisan dalam mengkonsumsi produk. Selain itu, menurut Saudari Aldy Muhar berpendapat faktor melakukan pembelian berdasarkan label halal yang terdapat pada kemasan, cita rasa serta kualitas yang terkandung pada sosis kanzler. Sementara menurut Saudari Mentari Faizah Azzahra berpendapat faktor yang diperhatikan ketika melakukan pembelian dipengaruhi oleh cita rasa produk, harga, kualitas produk dan lokasi memperoleh produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat di atas diperoleh informasi bahwa masyarakat melakukan pembelian berdasarkan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitas produk, kepraktisan dalam mengkonsumsi produk, label halal pada kemasan, cita rasa, harga dan lokasi memperoleh produk. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler, maka perlu dilakukan penelitian ilmiah. Untuk itu dilakukan penelitian dengan menjadikan masyarakat yang berada di Kelurahan Tobekgodang sebagai populasi dan sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memilih judul penelitian **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU”**.

#### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah labelisasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan Pembelian Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan Pembelian Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan Pembelian Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

### Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk mengetahui pengaruh antara labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada konsumen dalam memilih makanan, terutama terkait label halal dan kualitas yang ada pada produk.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya yang meneliti masalah serupa ataupun yang berkaitan.

**Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan ini dibahas dalam 6 bab, yaitu sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas dan menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian, penelitian terdahulu, konsep pemikiran variabel penelitian, dan hipotesis penelitian.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan penentuan lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisa data.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELLITIAN**

Dalam bab ini menggambarkan secara umum mengenai objek yang diteliti.

**BAB V : HASIL PENELITIAN**

Uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan dari pembahasan dari permasalahan sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian pembahasan dan saran/rekomendasi yang merupakan pernyataan dari peneliti mengenai perbaikan yang perlu dilakukan dimasa yang akan datang terkait dengan permasalahan penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Manajemen Pemasaran

##### 2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran

Manajemen merupakan suatu rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian serta pengawasan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan.

Pemasaran adalah proses mencari tahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan serta menjaga agar bisnis tetap berjalan sehingga dapat tumbuh dan membuat pelanggan merasa puas dengan membangun hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Menurut American Marketing Association (AMA) dalam **(Darmanto & Wardaya, 2016)** pemasaran adalah proses mengelola kegiatan organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat luas. Pemasaran adalah proses dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh individu atau kelompok dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk kepada pihak lain **(Shinta, 2011)**.

Menurut **(Philip dan Keller, 2012)** menyatakan bahwa manajemen adalah seni dan ilmu memilih sektor bisnis yang objektif dan mendapatkan, mempertahankan, serta mengembangkan konsumen baru dengan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan, menyampaikan, dan menanamkan nilai konsumen yang unggul. Manajemen Pemasaran merupakan proses dari menganalisis, merencanakan, melaksanakan serta mengawasi dan mengendalikan kegiatan dari pemasaran suatu perusahaan ataupun organisasi dengan tujuan untuk mencapai target yang diinginkan. Manajemen pemasaran dibutuhkan perusahaan untuk mencapai profit yang ditargetkan.

### 2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Indrasari (**Indrasari, 2019**) ada beberapa tujuan dari manajemen pemasaran yaitu:

#### 1. Menciptakan Permintaan atau Demand

Tujuan utama manajemen pemasaran adalah menemukan cara baru untuk menghasilkan permintaan. Membuat metode yang diatur untuk menemukan kecenderungan dan selera pelanggan atas barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

#### 2. Kepuasan Pelanggan

Manajer pemasaran harus mengeksplorasi kebutuhan pelanggan sebelum menawarkan barang atau jasa apa pun kepada mereka. Apa yang benar-benar harus dipelajari adalah bahwa menjual barang dan jasa tidak sepenting loyalitas pelanggan yang diberikannya. Fokus pemasaran modern adalah pelanggan. Semuanya dimulai dan diakhiri dengan pelanggan.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pangsa Pasar atau Market Share

Setiap perusahaan bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasarnya, yaitu rasio pendapatannya terhadap total pendapatan perekonomian. Misalnya, Pepsi dan Coke berlomba-lomba meningkatkan pangsa pasarnya. Untuk melakukan ini, mereka menerapkan iklan kreatif, pengemasan kreatif, tindakan promosi penjualan, dll.

4. Peningkatan Keuntungan

Satu-satunya bagian yang menghasilkan pendapatan perusahaan adalah bagian pemasaran. Keuntungan yang memadai harus didapatkan karena menjual produk yang diinginkan pelanggan. Bisnis akan mati jika tidak menghasilkan keuntungan. Selain itu, keuntungan juga diperlukan untuk pengembangan dan perluasan perusahaan.

5. Pencitraan Produk yang Baik di Mata Publik

Tujuan lain dari manajemen pemasaran adalah untuk membangun citra positif produk di kalangan masyarakat umum. Jika bagian pemasaran memberikan produk berkualitas kepada pelanggan dengan harga yang masuk akal, tentunya akan membuat citra positif pada pelanggan.

6. Menciptakan Pelanggan Baru

Bisnis didirikan untuk menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, dasar dari bisnis adalah pelanggan. Menciptakan pelanggan baru berarti mengeksplorasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara lebih komprehensif. Menciptakan pelanggan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baru sangat penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup bisnis, perusahaan harus menganalisis dan memahami kebutuhan mereka.

#### 7. Memuaskan Pelanggan

Menciptakan pelanggan baru saja tidak cukup. Bisnis harus mengembangkan dan mendistribusikan produk dan layanan untuk memenuhi asumsi pelanggan untuk memberikan kepuasan mereka. Perusahaan tidak akan dapat menutupi pengeluaran biaya dan mencapai pengembalian modal yang wajar jika pelanggan tidak puas. Pelanggan yang puas bukan berarti hanya membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mereka juga akan merekomendasikan kepada orang-orang terdekat mereka, sehingga semakin banyak orang yang mengetahui produk tersebut.

## 2.2 Keputusan Pembelian

### 2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian

Menurut **(Kotler dan Keller, 2009)** menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan adalah proses psikologis mendasar yang sangat penting untuk memahami bagaimana pelanggan benar-benar membuat keputusan pembelian. Menurut Kotler dalam **(Firmansyah, 2018)** terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pertama yaitu orang lain. Jika seseorang berpengaruh terhadap orang lainnya, maka seseorang dapat mempengaruhi orang tersebut. Faktor kedua yaitu situasi yang tidak terduga yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdasarkan faktor-faktor seperti opini, harga, dan manfaat yang diharapkan dari produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam (Sumarwan, 2020) keputusan pembelian adalah pemilihan dua atau lebih pilihan alternatif. Jika konsumen tidak memiliki pilihan alternatif, maka bukanlah suatu situasi konsumen melakukan keputusan.

### 2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler & Armstrong, 2014) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Faktor Budaya (Cultural)

Budaya, sub budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Masing-masing subbudaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis.

#### 2. Faktor Sosial (Social)

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## a) Kelompok acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang.

## b) Keluarga

Keluarga dibedakan menjadi dua bagian dalam sebuah organisasi pembelian konsumen. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientasi. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.

## c) Peran dan status

Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Faktor Pribadi (Personal)

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli.

#### a) Usia dan siklus hidup keluarga

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.

#### b) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Contohnya, direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara, keanggotaan di klub khusus, dan membeli mobil mewah. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.

#### c) Gaya hidup

Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang.

d) Kepribadian

Setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembeliannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebabkan karena beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiannya.

4. Faktor Psikologis (Psychological)

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

a) Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok. Ketika seseorang mengamati sebuah merek, ia akan bereaksi tidak hanya pada

kemampuan nyata yang terlihat pada merek tersebut, melainkan juga melihat petunjuk lain yang samar dengan kepemilikan hasrat dan termotivasi untuk membeli produk nyata yang ditawarkan.

b) Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

c) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Banyak ahli pemasaran yang yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan kepada para pemasar bahwa mereka dapat membangung permintaan atas suatu produk dengan mengaitkan pada pendorongnya yang kuat, menggunakan isyarat yang memberikan motivasi, dan memberikan penguatan positif karena pada dasarnya konsumen akan melakukan generalisasi terhadap suatu merek.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d) Keyakinan dan Sikap

Melalui betindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan dapat diartikan sebagai gambaran pemikiran seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain keyakinan, sikap merupakan hal yang tidak kalah pentingnya. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap suatu objek atau gagasan tertentu

### 2.3.3 Tahapan Dalam Proses Pengambilan Keputusan

Dalam keputusan pembelian, konsumen akan melewati lima tahapan dalam proses pembelian. Namun dalam pembelian rutin, kadang kala konsumen melewati atau membalik tahapan – tahapan tersebut. Menurut **(Kotler dan Armstrong, 2014)** tahapan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan**

#### 1. Pengenalan Kebutuhan

Ketika pembeli mengidentifikasi masalah atau kebutuhan, langkah pertama dalam membuat keputusan pembelian adalah mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli memutuskan apa yang mereka butuhkan.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan dapat berasal dari faktor rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan hadir pada tingkat yang cukup untuk menjadi dorongan. Selain itu kebutuhan juga dapat berasal dari rangsangan eksternal ketika seseorang bosan dengan kebutuhan yang rutin, maka ia akan mencari kebutuhan yang baru.

## 2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi adalah proses di mana pembeli tertarik untuk mencari informasi lebih banyak. Pembeli memperoleh informasi bisa dari berbagai sumber, seperti sumber individu, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman. Kesadaran dan pengetahuan suatu produk akan tumbuh seiring dengan semakin banyak informasi yang diterima pembeli.

## 3. Evaluasi Berbagai Alternatif

Pembeli menggunakan informasi untuk mengevaluasi produk alternatif dalam serangkaian pilihan dalam evaluasi alternatif. Dalam tahapan evaluasi alternatif, pertama pembeli berasumsi atas merek sebagai kumpulan pilihan. Setelah itu, pembeli akan mempertimbangkan manfaat relatif dari berbagai merek berdasarkan pengenalan mereka terhadap kebutuhan mereka, serta hasil pencarian informasi dan analisis berbagai pilihan. Ketiga, pembeli membentuk pendapat tentang merek yang ingin mereka beli. Keempat, harapan terhadap kepuasan merek akan bergabung terhadap tingkat kumpulan yang berbeda. Dan kelima, pembeli mencapai suatu sikap terhadap merek yang berbeda lewat prosedur evaluasi. Pembeli



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan satu atau lebih dari beberapa tahapan evaluasi, tergantung pada konsumen dan keputusan pembeliannya.

#### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan pembelian di mana pembeli membeli produk. Sebagian besar keputusan pembelian adalah membeli produk terbaik, tetapi terdapat dua faktor yang berperan antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Faktor pertama adalah pengaruh sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi yang tidak diharapkan.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian adalah proses pengambilan keputusan di mana pembeli mengambil tindakan selanjutnya setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan terhadap pembelian.

### 2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) menjelaskan indikator keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Labelisasi Halal

### 2.3.1 Definisi Labelisasi Halal

Menurut Sukesti, F. dan Mamdukh B., (2014) dalam (Nugraha et al., 2017) labelisasi halal adalah penempatan tulisan atau logo halal pada kemasan suatu produk guna membuktikan bahwa produk tersebut adalah produk halal. Dengan adanya label halal dapat memudahkan konsumen terutama konsumen muslim untuk mengetahui bahwa produk tersebut dapat untuk dikonsumsi.

Labelisasi halal adalah pelopor tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus produk halal, di Indonesia yang berwenang dalam proses sertifikasi halal yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Pengertian label yaitu bagian dari suatu produk yang memberikan informasi tentang produk atau penjualannya, berbagai macam label antara lain:

- a. Label merek (a brand label) adalah merek yang diletakkan pada produk atau kemasan semata-mata berfungsi sebagai merek
- b. Label tingkat kualitas (grade label) yaitu label yang mengidentifikasi kualitas produk melalui huruf, angka atau kumpulan huruf
- c. Label diskriptif (descriptive label) yaitu label yang memberikan informasi tentang penggunaan, pemeliharaan penampilan dan atribut lainnya.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan terteranya label halal pada kemasan produk tersebut, langsung berdampak pada pembeli khususnya kelompok masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya perasaan bahwa semuanya aman dalam mengkonsumsi barang-barang tersebut menambah kepercayaan dan minat mereka untuk membeli.

### 2.3.2 Indikator Labelisasi Halal

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 dalam (Utami, 2013) labelisasi halal dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Gambar, merupakan hasil tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, manusia, tumbuhan dsb.) yang dibuat dengan alat tulis.
2. Tulisan, merupakan hasil menulis yang diharapkan dapat untuk dibaca.
3. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan hasil tulisan dan hasil gambar digabungkan menjadi satu komponen.
4. Menempel pada kemasan, istilah "menempel pada kemasan" dapat berarti segala sesuatu yang melekat—sengaja atau tidak sengaja—pada produk (perlindungan produk)..

### 2.3.3 Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian

Labelisasi halal adalah penempatan tulisan atau logo halal pada kemasan suatu produk guna membuktikan bahwa produk tersebut adalah produk halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Era Susanti, Nilam Sari, Khairul Amri (2018) hasil yang diperoleh yaitu adanya label halal pada kemasan makanan menambah nilai positif dan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Persepsi pertama, dimana

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang akan memilih, mengatur, dan mempertimbangkan produk yang akan mereka konsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka pada akhirnya pembelian dipengaruhi oleh keyakinan dan sikap tersebut. Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasanya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu dan sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam yang selalu merujuk kepada dasar *halalan thayyiban*.

Karena besarnya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen, sebaiknya produk yang halal namun belum memiliki label halal segera mendaftarkan produknya ke LPPOM-MUI guna mendapatkan sertifikat halal karena adanya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebagai seorang konsumen, khususnya seorang muslim hendaknya lebih kritis terhadap produk yang akan dikonsumsinya. Selain itu, hendaknya konsumen meningkatkan pengetahuan tentang label halal serta lebih memperhatikan keberadaan label halal pada makanan kemasan yang akan mereka konsumsi.

## 2.4 Kualitas Produk

### 2.4.1 Definisi Kualitas Produk

Kualitas (quality) merupakan kemampuan dari fitur dan karakteristik produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009). Menurut (Tjiptono, 2008) kualitas adalah kombinasi atribut dan karakteristik yang menilai sejauh mana suatu produk memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau sejauh mana atribut dan atribut ini memenuhi kebutuhan mereka.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Purnama (2006) dalam (Ibrahim & Windarti, 2017) kualitas produk adalah keselarasan antara kebutuhan dan keinginan dari spesifikasi produk yang dihasilkan.

#### 2.4.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larrecha, dan Boyd (2005) dalam (Indrasari, 2019) sebuah perusahaan harus memahami aspek dimensi yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual oleh perusahaan tersebut dengan pesaingnya guna mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar.

Dimensi kualitas produk menurut (Tjiptono, 2008) sebagai berikut:

1. Hasil produk (*Performance*). Manfaat yang diperoleh konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk.
2. Ciri-ciri produk (*Features*). Bahan pelengkap atau tambahan yang menjadi ciri khas suatu produk sehingga berbeda dengan produk pesaingnya.
3. Keandalan (*Reliability*). Kemungkinan terkecil kegagalan pakai suatu produk.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*). Keselarasan kinerja produk sesuai dengan yang diharapkan.
5. Daya tahan (*Durability*). Ketahanan produk dalam masa penggunaan.
6. Kegunaan (*Serviceability*). Meliputi kompetensi, kenyamanan, kecepatan, kemudahan, serta penanganan keluhan suatu produk.
7. Estetika (*Aesthetics*). Daya tarik produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*). Kesan kualitas yang dirasakan konsumen dari produk.

### 2.4.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Pada dasarnya, seseorang membeli suatu barang bukan hanya dengan alasan ingin memiliki barang tersebut. Karena produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, maka pembeli membelinya. Dengan kata lain, seseorang membeli suatu produk bukan karena produk itu sendiri tetapi karena manfaat yang diberikannya..

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Novita Sukmawati dan Sri Rejeki Ekasasi (2020) menyatakan “kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy di Yogyakarta” diterima. Hal ini membuktikan reputasi PT. Amerta Indah Otsuka sebagai produsen makanan ringan yang sehat, terutama merek Soyjoy dapat diandalkan dan mampu mempengaruhi keputusan beli konsumen. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti (2018) tentang kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

### 2.5. Pandangan Islam

#### 2.5.1 Pandangan Islam Terhadap Labelisasi Halal

Bagi konsumen muslim, makanan yang aman tidak hanya makanan yang bebas bahan kimia, tetapi juga terdapat suatu aspek yang esensial, dalam artian terbebas dari bahaya bahan pembuatan yang diragukan atau

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharamkan dalam syariat islam. Al-Qur'an memuat berbagai perintah dan larangan Allah SWT bagi umat manusia, termasuk larangan mengkonsumsi makanan tertentu.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah: 168)

Berdasarkan surat di atas, Allah menjelaskan bahwa mengonsumsi makanan halal, sehingga makanan yang dianggap haram oleh syariat hendaknya untuk ditinggalkan. Allah SWT tidak hanya memerintahkan makanan yang halal, tetapi juga baik. Misalnya, ada sebuah makanan halal dan baik sehingga cocok untuk seseorang. Namun, makanan yang sama itu belum tentu baik bagi orang lain dengan kondisi penyakit tertentu, sehingga baginya perlu ditinggalkan supaya kesehatannya membaik. Dengan demikian, yang Allah SWT maksud dan perintahkan dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 di atas adalah makanan yang halal lagi baik bagi tiap-tiap manusia.

## 2.5.2 Pandangan Islam Terhadap Kualitas Produk

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمْرٌ مَرَّ السَّحَابِ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَنْتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ  
خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Dan engkau akan melihat gunung-gunung, yang engkau kira tetap di tempatnya, padahal ia berjalan (seperti) awan berjalan. (Itulah) ciptaan Allah yang mencipta dengan sempurna segala sesuatu. Sungguh, Dia Mahateliti apa yang kamu kerjakan.” (QS. An-Naml: 88)

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri sudah menciptakan segala sesuatu yang ada di langit dan di bumi dengan kualitas yang sangat sempurna. Bila suatu produk telah dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik, produk tersebut juga harus diselaikan dengan kualitas yang sempurna.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
	Siddiq, M. (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA), 1(2), hal. 165-168)	Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Kasus Indomaret Desa Tulung Selapan Ulu Kecamatan Tulung Selapan Kabupaten Ogan Komering Ilir)	2021	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial label halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan label halal,



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
	Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, 3(2), hal. 660-669.)	Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)	2022	1. Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian 2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian 3. Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3	Ismunandar, I., Muhajirin, M., & Haryanti, I. (Jurnal Inovasi Penelitian, 2(1), hal. 161-166.)	Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kota Bima	2021	Variabel labelisasi halal dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Bima.
4	Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (EKOBIS SYARIAH, 2 (1), hal. 44-50.)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)	2018	Variabel Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari thitung sebesar 5.383 yang berarti thitung lebih besar dari ttabel yaitu 1.661.
	Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (Jurnal Penelitian	Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap	2018	1. Terdapat pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan harga mempunyai

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ipteks, 3(2), hal. 186-196.)	keputusan pembelian		<p>pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian;</p> <p>2. Terdapat pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan harga mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.</p>
Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(3), hal. 359-369.)	Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang).	2018	<p>Hasil uji pengaruh langsung antara labelisasi halal, harga, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil uji pengaruh langsung antara labelisasi halal, harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil uji pengaruh tidak langsung antara labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga menunjukkan hasil pengaruh positif dan signifikan. Pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi</p>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				dalam model penelitian ini adalah parsial mediation.
	Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (Bisma: Jurnal Manajemen, 5 (1), hal. 26-33.	Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.	2019	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan dari <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 80,3%,</li> <li>2. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,9%, dan</li> <li>3. Desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 8,9% pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.</li> </ol>
	Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 16(3 ), hal. 239- 256.)	Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime.	2019	Hasil uji t variabel produk didapatkan nilai signifikansi 0,000 yang artinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian, nilai signifikansi variabel labelisasi halal yaitu 0,653 yang artinya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, nilai signifikansi variabel merek yaitu 0,521 yang artinya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan nilai

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

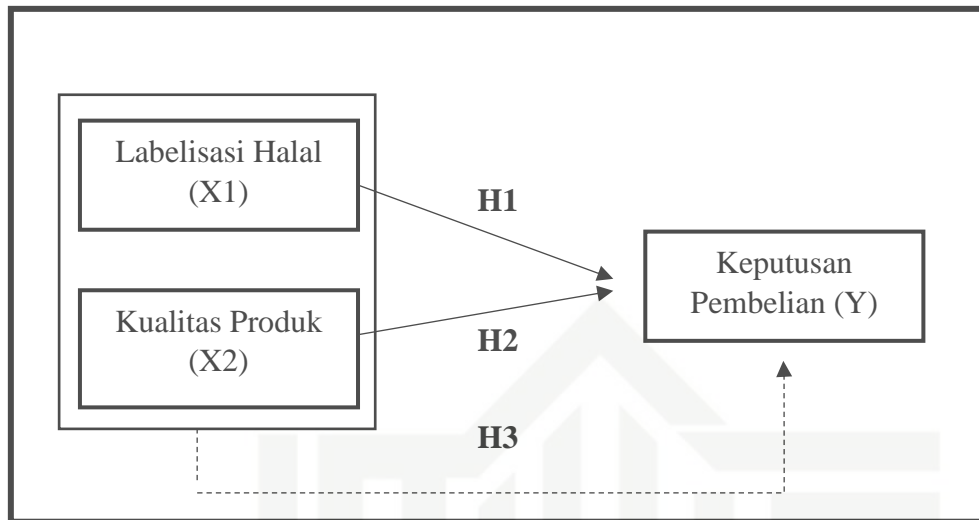
				signifikansi variabel harga yaitu 0,033 yang artinya variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime.
	Fatmaningru, S. R., Susanto, S., & Fadhillah, M. (Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 4(1), hal. 176-188.)	Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea.	2020	Hasil dari penelitian ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,625 dan tingkat signifikansinya 0,000.</li> <li>2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,270 dan tingkat signifikasinya 0,000.</li> <li>3. Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.</li> </ol>

## Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah gabungan dari berbagai teori tentang hubungan antar variabel yang telah dijelaskan (Sugiyono, 2019). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > Pengaruh Secara Parsial
- - -> Pengaruh Secara Simultan

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara variabel bebas dalam hal ini adalah pengaruh Labelisasi Halal (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

## 2.3 Konsep Operasional Variabel Penelitian

Konsep Operasional Variabel merupakan tabel yang menjelaskan pengertian dan indikator variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y), serta variabel bebas yaitu Labelisasi Halal (X1) dan Kualitas Produk (X2).

Variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun variabel dalam penelitian ini antara lain:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel bebas (*independent*), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau pengaruh variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:
  - a. Labelisasi Halal (X1)
  - b. Kualitas Produk (X2)
2. Variabel terikat (*dependent*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah
  - a. Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam (Sumarwan, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain</li> </ol> Menurut (Kotler & Armstrong, 2008)	Skala Likert
	Labelisasi Halal (X1)	Labelisasi halal adalah penempatan tulisan atau logo halal pada kemasan suatu produk guna membuktikan bahwa produk tersebut adalah produk halal. Dengan adanya label halal dapat memudahkan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambar</li> <li>2. Tulisan</li> <li>3. Kombinasi gambar dan tulisan</li> <li>4. Menempel pada kemasan</li> </ol> Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69	Skala Likert

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	terutama konsumen muslim untuk mengetahui bahwa produk tersebut dapat untuk dikonsumsi. Menurut Sukesti, F. dan Mamdukh B., (2014) dalam (Nugraha et al., 2017)	Tahun 1999 dalam (Utami, 2013)	
Kualitas Produk (X2)	Kualitas (quality) merupakan kemampuan dari fitur dan karakteristik produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler & Keller, 2009).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil produk (<i>Performance</i>).</li> <li>2. Ciri-ciri produk (<i>Features</i>).</li> <li>3. Keandalan (<i>Reliability</i>).</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>).</li> <li>5. Daya tahan (<i>Durability</i>).</li> <li>6. Kegunaan (<i>Serviceability</i>).</li> <li>7. Estetika (<i>Aesthetics</i>).</li> <li>8. Kualitas yang dirasakan (<i>Perceived Quality</i>).</li> </ol> Menurut (Tjiptono, 2008)	Skala Likert

**2. Hipotesis**

Menurut (Sugiyono, 2019) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan data empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.  $H_0$  = Diduga Labaelisasi Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

$H_1$  = Diduga Labaelisasi Halal berpengaruh terhadap keputusan keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

2.  $H_0$  = Diduga Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

$H_2$  = Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

3.  $H_0$  = Labelisasi Halal dan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

$H_3$  = Diduga Labelisasi Halal dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di Kelurahan Tobekgodang, Kecamatan Bina Widya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan November 2022 sampai dengan bulan April 2023.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisa pada penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer dan data sekunder dengan ketentuan sebagai berikut:

##### 3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang mengetahui dan membeli produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

##### 3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dari hasil penelitian orang lain, tetapi perlu dianalisis kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data sekunder biasanya diperoleh dari dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau hasil ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 3.3.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi digunakan bila, penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2019).

Observasi dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan secara langsung di lapangan mengenai kondisi yang sebenarnya dan faktor apa saja yang menjadi pengaruh konsumen memilih produk sosis kanzler.

### 3.3.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan menyadari secara umum apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini peneliti membuat daftar pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Kuesioner dalam

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini menggunakan skala likert, di mana responden menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5
2. Setuju (S) dengan nilai 4
3. Netral (R) dengan nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1

**3.3.3 Interview (Wawancara)**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun menggunakan telepon (Sugiyono, 2019).

Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2019). Jadi pewawancara hanya berpedoman pada garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan terkait pembelian sosis kanzler.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang faktor dan penyebab konsumen membeli sosis kanzler.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai ciri khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan mengkonsumsi produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti karena tidak ada data pasti jumlah konsumen yang mengkonsumsi sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika jumlah populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2019).

Karena penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti. Maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 96 orang

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$z$  = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

$p$  = Peluang benar 0,5

$q$  = Peluang salah 0,5

$e$  = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 96,04 merupakan bilangan berkoma, maka pada perhitungan yang menghasilkan bilangan berkoma sebaiknya dibulatnya ke bilangan bulat terdekat. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96 orang responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3. Teknik Pengumpulan Sampel

Secara umum teknik pengambilan sampel dibedakan menjadi dua macam, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* digunakan ketika terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Nonprobability Sampling* digunakan ketika tidak terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *Sampling Insidental* dalam *Nonprobability Sampling*. *Sampling Insidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini syarat dalam pengambilan sampel, antara lain:

1. Konsumen yang berada di Kelurahan Tobekgodang, Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru
2. Konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti saat membeli produk sosis kanzler di Kelurahan Tobekgodang pada tahun 2022.
3. Konsumen yang melakukan pembelian produk sosis Kanzler minimal tiga kali.

### 3.6 Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif disebut sebagai analisis statistik karena dalam mengelola dan menggunakan rumus-rumus statistika. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh terhadap Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

#### 3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian langsung ke tempat penelitian dengan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan memperoleh data primer. Data primer dapat diperoleh melalui kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk mereka jawab.

### 3.6.2 Skala Pengukuran Data

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengelola data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian setiap jawaban pernyataan berdasarkan skala Likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang objek atau fenomena tertentu. Adapun bobot penilaian terhadap kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Bobot Penilaian Kuesioner**

Klasifikasi	Keterangan	Skor	Interval
SS	Sangat Setuju	5	80% - 100%
S	Setuju	4	60% - 79,99%
R	Ragu-Ragu	3	40% - 55,99%
TS	Tidak Setuju	2	20% - 39,99%
STS	Sangat Tidak Setuju	1	<20%

### 3.7 Uji Kualitas Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021).

Kriteria Pengujian Validitas:

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a)  $H_0$  diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- b)  $H_0$  ditolak apabila  $r_{statistik} \leq r_{tabel}$ .

Apabila hasil menunjukkan signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan maupun pernyataan adalah valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021).

Kriteria uji reliabilitas:

- a) Suatu konstruk/ variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$
- b) Suatu konstruk/ variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $< 0,60$

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2021).

Dasar pengambilan keputusan:



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (**Ghozali, 2021**).

Dasar analisis:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3.8.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (**Ghozali, 2021**). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance  $\leq 0,10$  atau sama nilai Variance Inflation Factor (VIF)  $\geq 10$ .

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.8.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021) uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada  $t-1$  (sebelumnya).

Pengujian ini dilakukan oleh **Durbin Waston** (table DW Test), dasar pengambilan keputusan. Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria

- a) Jika angka D-W dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif.
- b) Jika angka D-W diantara -2 sampai 2 berarti tidak terdapat autokorelasi
- c) Jika angka D-W diatas 2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

### 3.9 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono 2017).

$$Y = \alpha + \beta_1(\text{Labelisasi Halal}) + \beta_2(\text{Kualitas Produk}) + \varepsilon$$

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji T

Nilai  $t$  hitung digunakan untuk menguji pengaruh parsial (per variabel) variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Pada penelitian ini uji T

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel Labelisasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2), Dan Keputusan Pembelian (Y). Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
- b.  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

**3.10.2 Uji F**

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergangung maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit.

Adapun nilai  $\alpha$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau  $sig < 0,05$  maka terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau  $sig > 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

Untuk menentukan keeratan dari hubungan atau korelasi antar variabel, dapat di lihat pada ketentuan di bawah ini:

**Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
0.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Sejarah Perusahaan

Cimory Group adalah produsen produk makanan dan minuman kemasan berbasis protein di Indonesia, dengan pangsa pasar terkemuka di yogurt dan sosis premium. Didirikan pada tahun 1993 yang memproduksi daging olahan, produk susu dan telur dengan berbagai merek, termasuk Cimory, Kanzler dan Besto yang dijual melalui berbagai channel termasuk *modern and traditional retailers, food service* dan *tim direct selling*.

Pada tahun 1993 PT Macroprima Panganutama adalah perusahaan pertama yang didirikan sebagai bagian dari grup Cimory yang berfokus pada pengolahan daging. Pada tahun 1999 PT Macroprima Panganutama meluncurkan produk sosis dengan merek “Kanzler”. Kanzler merupakan merek daging olahan pertama yang dimiliki oleh PT Macroprima Panganutama. Pada tahun 2004 perusahaan ini terinspirasi untuk mendukung petani di Cisarua Bogor Jawa Barat untuk mendirikan pengolahan susu di Cimory Restaurant di Puncak. PT Macrosentra Niagaboga kemudian juga didirikan untuk mendistribusikan produk PT Macroprima Panganutama.

Seiring dengan berkembangnya bisnis, pada tahun 2005 Cimory menjalin kemitraan dengan sejumlah koperasi susu di sekitar Cisarua, Bogor. Tahun 2006 Cimory mulai memproduksi susu pasteurisasi dan mengembangkan produk susu lainnya. Java Egg Specialties (JESS)

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan pabrik telur cair pertama di Indonesia didirikan di bawah Cimory Group. Pada tahun 2007 Cimory pertama kali meluncurkan minuman Yogurt dan mulai menjual melalui toko modern. PT Macrocentra Niagaboga kemudian juga mulai beroperasi sebagai agen dan distributor rantai dingin. Pada tahun 2011 Cimory memperluas fasilitas produksi untuk pengolahan susu di pabrik baru yang berada di Sentul, Bogor.

Pada tahun 2012 PT Macroprima Panganutama membentuk sebuah perusahaan patungan bersama Kanematsu Corporation asal Jepang. Java Egg Specialities (JESS) pertama kali meluncurkan Mayones dengan merek Euro Gourmet. Pada tahun 2013 perusahaan ini meluncurkan Miss Cimory untuk dapat mendistribusikan produknya dari rumah ke rumah, dan setahun kemudian perusahaan ini juga mulai mendistribusikan produknya melalui jalur perdagangan umum dan juga memperkenalkan Brand Extension yang disebut Besto, Brand Sosis untuk pedagang sosis bakar.

Pada tahun 2015, PT Macroprima Panganutama meluncurkan produk sosis bakar dengan merek "Besto". Restrukturisasi kemudian juga dilakukan, sehingga perusahaan ini resmi menjadi induk bagi PT Macrocentra Niagaboga, PT Macroprima Panganutama, dan PT Java Egg Specialities. Tahun 2017 Cimory mulai mendistribusikan produknya ke China dan Vietnam. Perusahaan ini juga meluncurkan produk sosis dengan merek "Juragan" yang ditujukan untuk dijual melalui pedagang kaki lima.

Pada tahun 2019, PT Macroprima Panganutama mulai mengoperasikan pabrik baru di Semarang dan meluncurkan produk nugget ayam dan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasukkan kategori nugget di bawah Kanzler Brand, sementara PT Java Egg Specialities juga meluncurkan produk saus. Kanzler juga meluncurkan Sub-Brand baru, Kanzler Singles kategori *snacking* protein siap saji untuk menjangkau target pasar yang lebih besar. Pada tahun 2020, perusahaan ini meluncurkan produk yogurt rendah lemak, cimory squeeze, cimory uht chocolate series 250 ml dan cimory uht 125 ml.

Pada tahun 2021, perusahaan ini mulai mendistribusikan produknya melalui Grab dan resmi melantai di Bursa Efek Indonesia. Melakukan perluasan pabrik, mendirikan pabrik baru di Semarang dan Pasuruan. Bermitra dengan lebih dari 6.000 peternak sapi perah di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Dan telah dibuka Cimory Dairyland Puncak pada Mei 2021 yang berada di Puncak, Jawa Barat.

#### 4.2 Visi dan Misi

Protein adalah bisnis kami

Kutipan dari Bambang Sutantio Pendiri Cimory “Saya hanya ingin membuat produk makanan dan minuman yang saya percaya itu bagus dikonsumsi oleh keluarga saya.”

#### 4.3 Nilai-Nilai Perusahaan

1. **Motivated.** Bersemangat dan memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan yang terbaik dalam setiap pekerjaan demi tercapainya tujuan perusahaan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. **Active.** Berinisiatif, aktif, dan cepat tanggap dan cerdas dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan wewenang dan kewajibannya.
3. **Cooperative.** Bekerjasama, bersedia mengoreksi dan dikoreksi demi perbaikan-perbaikan yang berkesinambungan.
4. **Responsible.** Bekerja dengan sepenuh hati dan dedikasi untuk menyelesaikan pekerjaan secara tuntas dan mampu memberikan solusi untuk setiap masalah yang dihadapi.
5. **Ownership.** Bersikap ikut memiliki dan memelihara segenap aset perusahaan.

#### 4.4 Lokasi Penelitian

##### 4.4.1 Sejarah Kelurahan Tobekgodang

**Tobekgodang** adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia. Kelurahan ini dibentuk dari pemecahan dari dua wilayah kelurahan, yaitu Kelurahan Delima dan kelurahan Simpang Baru dalam pemekaran wilayah di Kota Pekanbaru tahun 2016.

Kelurahan Tobekgodang merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru dibentuk berdasarkan surat keputusan Walikota Pekanbaru sesuai peraturan daerah (Perda) Nomor 4/2016 yang sudah disahkan DPRD, tanggal 29 April 2016 sumber LD 2016 /no.5. Pemecahan dari dua kelurahan yaitu, Kelurahan Delima dan Kelurahan Simpang Baru, maka dilantiklah Lurah Tobekgodang pada tanggal 7 Januari



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2017 dan dimekarkan kembali berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penataan Kecamatan di Kota Pekanbaru.

#### 4.4.2 Kondisi Geografis

Secara Geografis, Kelurahan Tobekgodang berada pada koordinat  $101^{\circ} 22' 45''$  BT -  $101^{\circ} 23' 09''$  BT dan  $0^{\circ} 28' 41''$  LU -  $0^{\circ} 29' 09''$  LU memiliki luas wilayah kurang lebih 9.51 Km.

Keadaan topografi Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya yaitu datar dengan kelerengan antara 0—8% dan ketinggian lokasi lebih kurang 20Mdpl. Jenis tanahnya adalah brown forest soil. Kondisi tekstur tanahnya berupa lempung dengan tingkat kesuburan sedang.

Kondisi Iklim dan cuaca di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya mengikuti iklim Kota Pekanbaru pada umumnya yang beriklim sangat basah, musim hujan terjadi pada bulan januari sampai April dan September sampai Desember. Musim kemarau terjadi pada bulan Mei sampai Agustus.

Kelurahan Tobekgodang memiliki batas wilayah seperti berikut:

1. Sebelah Utara adalah Jalan Melati - Jalan Lobak (Kelurahan Delima)
2. Sebelah Selatan adalah Jalan H.R Soebrantas (Kelurahan Sidomulyo Barat)
3. Sebelah Timur adalah jalan Soekarno Hatta (Kelurahan Sidomulyo Timur)
4. Sebelah Barat adalah jalan SM. AMIN (Kelurahan Simpang Baru)

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 4.4.3 Keadaan Ekonomi dan Sosial Kelurahan Tobekgodang

#### 1. Keadaan Ekonomi

Mata pencaharian masyarakat di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Riau adalah sebagai petani/pekebun, pedagang, PNS, tukang, guru, bidan, sopir, buruh, dan karyawan swasta. Disamping itu, Kelurahan Tobekgodang menggalakkan program “Meminimalkan sampah dengan cara 4P, yaitu pemilahan–pengolahan–pemanfaatan–pembuangan residu.” pada seluruh warganya. Selain bertujuan untuk mengurangi dampak banjir akibat sampah yang menumpuk di jalan ataupun rumah, kegiatan pengelolaan limbah sampah ini juga dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Dimana masyarakat sekitar dapat menghasilkan keuntungan sendiri dari pemanfaatan pengelolaan sampah ini. Dimulai dari pengolahan hingga penguraian sampah tersebut hingga dapat digunakan sebagai pupuk kompos.

Kelayakan usaha perdagangan di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Pekanbaru juga sangat tinggi. Pendirian pusat perbelanjaan menjadi potensi investasi yang baik di kelurahan ini. Pertumbuhan ekonomi yang masih berada di atas rata-rata nasional yang umumnya diterima masyarakat Pekanbaru dan padatnya penduduk yang berdomisili di sekitar kelurahan Tobekgodang ini membuat beberapa

masyarakat lingkungan Tobekgodang memilih untuk membuka usaha di lingkungan Kelurahan Tobekgodang.

## 2. Keadaan Sosial

Dalam Kehidupan bermasyarakat Kelurahan Tobek Godang di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru yang mempunyai bermacam suku dan budaya, jarang sekali terjadi perbenturan dan pada umumnya mereka hidup rukun dan damai. Perbedaan suku, golongan bahkan juga agama tidak menjadikan mereka sulit untuk bergaul dengan sesama. Sementara budaya-budaya daerah setiap suku terbina melalui kesenian tradisional, seperti tayuban, pencak silat, dan lain sebagainya.

Di Kelurahan Tobek Godang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru juga tersedia sarana dan prasarana sosial sebagai penunjang kegiatan yang dilakukan masyarakat, diantaranya adalah sarana olahraga, sarana kesenian dan sarana sosial lainnya. Sarana olahraga yang tersedia di antara lain lapangan sepakbola, badminton, voly dan lain-lain. Untuk sarana kesenian terdiri dari bermacam-macam kesenian; sanggar tari, tayuban, pencak silat dan lain sebagainya. Sedangkan untuk sarana sosial di antaranya posyandu, pos kamling, dan lain-lain.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial Labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
2. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
3. Secara simultan atau bersamaan Labelisasi halal dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
4. Nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,735. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,540. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Labelisasi halal dan Kualitas produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 54% terhadap variabel keputusan pembelian, Sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk variabel labelisasi halal, karena labelisasi halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan Sosis Kanzler sebaiknya mempertahankan kehalalan produk yang dijualnya, karena sebagian besar pelanggannya beragama islam agar nantinya membuat tingkat pembelian sosis kanzler menjadi stabil.
2. Untuk variabel Kualitas Produk, karena Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan Sosis Kanzler sebaiknya selalu mempertahankan kualitas produknya karena salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian sosis kanzler adalah kualitas yang baik.


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya* dengan transliterasi, Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra,t.t.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen pemasaran : untuk mahasiswa, usaha mikro, kecil dan menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Endah, W. (2013, Maret 20). *Bisnis.com*. Diambil kembali dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20130320/78/4438/produk-ilegal-bpom-pontianak-amankan-5280-sosis-ilegal>
- Erlangga, M. R. (2022, March 13). *ZonaBanten.com*. Diambil kembali dari <https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-233966206/kenapa-label-halal-penting-untuk-ada-di-suatu-produk-begini-penjasannya>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitria, R. (2021, November 11). *detikfood*. Diambil kembali dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5805974/4-sosis-dan-daging-babi-ini-berlogo-halal-ini-fakta-sesungguhnya/3>
- Hozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Windarti, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang+Pekanbaru). *Jom FISIP Volume 4 No. 2*, 1-10.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., (...). (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti PersadaBandung.
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nagraha, R., Mawardi, M., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation).
- Nurhayati, R., Hasanuddin, M., & Suyandi, D. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo. *Jurnal Ekonomi Industri Halal Vol. 2, No. 2*, 15-29.
- Piansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putra, M. S. (2019). Faktor Emosional dan Rasional Nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan (Studi Pada PT. BRI Syariah Cabang Bengkulu). Skripsi, Institut Agama Islam Negeri IAIN Bengkulu. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3303/>
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. Samarinda: University Press.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2020). Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Utami, W. B. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta). Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/8244/>



## LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI**  
**KELURAHAN TOBEGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA**  
**PEKANBARU**

Kepada:

Masyarakat yang terhormat

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Tasya Ira Dhani Mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi mengenai Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sosis Kanzler di Kelurahan Tobekgodang Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Sehubungan dengan itu saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Tasya Ira Dhani

11970120178

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### A Identitas Responden

**Petunjuk:** Berilah tanda centang (✓) pada salah satu pilihan jawaban dan tuliskan jawaban singkat jika jawaban anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

1. Nama : .....
2. Umur : ..... Tahun
3. Jenis Kelamin :  
 Laki-Laki  Perempuan
4. Pendidikan :  
 SMP  SMA  
 D3  S1  
 S2  Lainnya (sebutkan)...
5. Pekerjaan :  
 Pelajar/Mahasiswa  Wirausaha  
 Karyawan Swasta  Pegawai Negeri Sipil  
 Ibu Rumah Tangga  Tidak/Belum Bekerja  
 Lainnya (sebutkan)...
6. Berapa kali melakukan pembelian produk Sosis Kanzler:  
 1-3 kali  3-5 kali  
 Lebih dari 5 kali
7. Penghasilan :  
 < Rp1.000.000  Rp1.000.001 - Rp2.000.000  
 Rp2.000.001 – Rp3.000.000  > Rp3.000.001

### B Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penilaian:

- SS : Sangat Setuju**  
**S : Setuju**  
**R : Ragu-Ragu**  
**TS : Tidak Setuju**  
**STS : Sangat Tidak Setuju**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a. Labelisasi Halal (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Dengan adanya label halal saya yakin bahwa bahan baku pembuatan sosis kanzler sudah halal					
2	Adanya tulisan “Halal” membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian sosis kanzler					
3	Saya selalu memperhatikan ada atau tidaknya label halal					
4	Label halal pada produk sosis kanzler menjamin kehalalan produk					
5	Label halal pada produk sosis kanzler memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan haram dan berbahaya					
6	Saya percaya dengan adanya label halal yang menempel pada kemasan produk sosis kanzler memberikan informasi dan keyakinan bahwa proses produksinya sudah sesuai dengan syariat Islam					

**b. Kualitas Produk (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Produk sosis kanzler memiliki komposisi sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Produk sosis kanzler mencantumkan masa kadaluwarsa pada kemasannya					
3	Sosis kanzler memiliki daya tahan kemasan yang baik sehingga produk tetap dalam keadaan baik					
4	Produk sosis kanzler telah memenuhi sertifikasi SNI					
5	Produk sosis kanzler terkenal dimasyarakat karena terbuat dari bahan premium					
6	Produk sosis kanzler memiliki label halal					

**c. Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Sebelum membeli sosis saya mempertimbangkan kualitas dan kehalalan sosis tersebut					
2	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena memiliki kualitas baik					
3	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena mudah untuk dikonsumsi					
4	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena kemudahan memperoleh produk tersebut					
5	Saya memutuskan untuk membeli sosis kanzler karena informasi yang dibutuhkan sudah tertera dengan jelas pada kemasan					
6	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena sudah berlabel halal					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TABULASI**

No Responden	LABELISASI HALAL (X1)						TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	1	3	2	2	2	2	12
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	2	17
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	4	4	4	4	23
6	3	3	3	2	2	3	16
7	4	5	5	5	4	5	28
8	5	5	5	5	5	5	30
9	2	3	2	3	2	2	14
10	4	4	4	3	4	3	22
11	3	3	3	3	3	3	18
12	5	4	4	4	5	4	26
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	5	25
15	2	2	2	2	2	2	12
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	3	3	4	4	4	22
18	2	2	2	2	2	1	11
19	2	2	2	2	2	2	12
20	2	2	2	2	2	2	12
21	4	4	4	5	4	4	25
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	2	3	2	3	2	15
24	3	4	4	5	4	5	25
25	2	2	2	2	2	2	12
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	3	5	5	25
28	4	5	4	5	4	5	27
29	3	2	3	3	3	3	17
30	5	5	5	5	5	5	30
31	3	3	2	2	3	2	15
32	4	4	4	4	4	5	25
33	3	3	3	3	3	3	18
34	5	5	5	5	5	5	30
35	3	4	3	4	4	5	23
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	2	3	3	3	3	2	16
39	3	3	3	3	2	2	16
40	4	4	4	4	5	5	26
41	4	5	5	4	1	4	23
42	3	2	2	3	3	3	16
43	5	4	5	5	5	5	29
44	4	4	4	4	4	4	24
45	2	2	2	3	3	2	14
46	2	2	2	2	2	2	12
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	4	4	28
49	2	2	2	2	3	3	14
50	3	3	3	3	3	2	17
51	4	4	4	4	4	4	24
52	3	2	3	3	3	2	16
53	4	4	4	5	5	4	26
54	3	2	3	2	3	2	15
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	2	2	3	2	15
57	2	2	3	3	3	3	16
58	4	5	5	5	4	4	27
59	1	3	3	3	2	2	14
60	2	2	2	2	3	3	14
61	5	5	5	5	5	5	30
62	3	2	2	3	3	3	16
63	3	3	2	1	2	2	13
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	5	5	5	27
66	4	4	5	3	3	4	23
67	3	3	3	3	3	2	17
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	5	5	30
70	3	3	2	2	2	2	14
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	3	5	5	5	4	26
73	1	3	3	2	2	2	13
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	5	5	4	4	4	26

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

76	5	5	4	4	4	4	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	3	5	4	4	4	24
79	2	4	4	2	4	3	19
80	4	4	5	4	4	4	25
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	4	4	4	4	4	25
84	5	4	4	5	4	4	26
85	4	5	5	5	4	4	27
86	4	5	4	5	4	4	26
87	5	4	3	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	3	3	3	4	4	21
90	2	3	2	4	4	5	20
91	2	3	2	3	4	4	18
92	5	5	5	5	5	5	30
93	3	4	3	3	3	3	19
94	5	5	4	5	5	5	29
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	3	23
97	5	4	4	5	5	5	28
98	5	4	4	4	4	3	24
99	4	4	5	5	4	3	25
100	4	4	5	4	3	5	25

No Responden	KUALITAS PRODUK (X2)						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	2	2	2	2	2	2	12
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	4	4	4	4	25
4	2	2	3	3	5	5	20
5	3	3	4	4	4	4	22
6	2	2	2	3	2	2	13
7	3	3	5	5	4	3	23
8	4	5	5	5	4	5	28
9	2	2	2	2	2	2	12
10	4	4	4	4	4	4	24

11	4	3	4	4	4	5	24
12	4	4	5	5	4	5	27
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	2	2	2	2	2	2	12
16	5	5	5	5	5	5	30
17	2	2	5	5	5	5	24
18	2	2	2	2	2	1	11
19	3	2	2	2	2	3	14
20	2	2	2	2	2	1	11
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	4	4	28
24	5	5	4	4	4	4	26
25	2	2	2	2	2	2	12
26	4	4	4	4	5	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	3	3	3	3	3	3	18
29	2	2	2	2	2	2	12
30	5	5	5	5	5	4	29
31	2	2	2	2	2	2	12
32	5	5	4	4	4	4	26
33	5	5	5	5	5	4	29
34	3	3	3	3	3	3	18
35	5	5	4	4	4	4	26
36	5	5	5	4	4	4	27
37	5	5	5	4	4	4	27
38	4	4	4	4	4	4	24
39	2	2	2	2	2	2	12
40	5	5	4	4	4	4	26
41	5	5	5	4	4	4	27
42	3	3	2	2	2	2	14
43	5	5	5	4	4	4	27
44	5	5	5	4	4	4	27
45	2	2	2	2	2	2	12
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	4	4	28
48	5	5	5	5	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	24

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

50	5	5	5	3	5	4	27
51	3	3	3	3	3	3	18
52	2	2	2	2	2	2	12
53	2	2	2	2	2	2	12
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	3	4	5	5	5	26
57	2	2	2	2	1	3	12
58	3	3	4	4	4	5	23
59	2	2	2	2	2	2	12
60	3	3	3	3	3	3	18
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	4	4	4	3	4	22
64	5	5	5	5	5	5	30
65	3	4	5	5	4	4	25
66	4	5	5	4	5	4	27
67	5	4	5	4	4	4	26
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	5	5	30
70	3	2	3	2	1	2	13
71	3	4	3	3	4	4	21
72	5	5	4	4	5	5	28
73	4	4	4	4	5	5	26
74	4	3	2	3	3	4	19
75	5	5	5	5	5	5	30
76	2	4	4	4	3	4	21
77	5	5	5	5	5	5	30
78	3	4	4	4	4	3	22
79	4	4	4	4	4	5	25
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	5	5	5	5	5	29
82	2	4	4	4	4	5	23
83	4	4	4	5	4	4	25
84	4	4	4	4	5	5	26
85	2	2	2	2	2	2	12
86	4	5	4	4	5	4	26
87	4	3	4	4	4	5	24
88	4	4	4	4	4	4	24

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

89	3	2	3	3	4	4	19
90	1	2	4	2	4	2	15
91	4	3	4	4	4	4	23
92	5	5	5	5	5	5	30
93	3	4	3	4	5	5	24
94	3	5	5	5	5	5	28
95	5	5	5	5	4	5	29
96	3	4	4	4	4	4	23
97	3	5	5	5	4	5	27
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	3	3	4	4	4	22
100	3	4	4	4	3	3	21

No Responden	KUALITAS PRODUK (X2)						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	3	3	3	3	20
5	3	3	4	4	4	4	22
6	3	3	3	4	2	3	18
7	4	4	3	3	3	3	20
8	4	4	5	5	4	4	26
9	3	3	3	3	2	2	16
10	3	3	4	4	4	3	21
11	3	3	3	4	4	3	20
12	3	3	4	4	3	4	21
13	4	4	4	3	4	4	23
14	4	4	5	4	4	4	25
15	3	3	2	2	3	3	16
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	3	4	4	3	4	21
18	3	3	2	2	2	2	14
19	2	2	3	3	2	3	15
20	3	3	3	3	2	2	16
21	3	3	4	4	3	4	21
22	4	4	5	4	4	4	25
23	4	4	3	3	4	4	22

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

24	3	3	4	4	4	4	22
25	2	2	1	1	2	2	10
26	3	3	4	4	3	3	20
27	4	4	3	4	4	4	23
28	4	4	5	4	4	4	25
29	3	4	3	3	3	3	19
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	3	3	3	3	20
32	3	3	4	4	4	4	22
33	4	3	4	4	4	4	23
34	4	4	4	4	5	5	26
35	3	3	5	5	3	3	22
36	4	4	4	3	3	3	21
37	3	4	4	4	5	4	24
38	4	3	3	3	3	3	19
39	3	3	3	4	3	3	19
40	3	4	3	3	4	5	22
41	3	3	3	4	4	4	21
42	3	4	3	3	3	3	19
43	4	3	4	4	4	3	22
44	4	3	4	3	4	4	22
45	3	3	3	3	3	4	19
46	3	3	3	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	4	4	4	4	22
50	4	4	3	3	4	4	22
51	4	3	4	3	4	4	22
52	3	3	3	3	3	3	18
53	3	3	2	2	3	3	16
54	3	3	4	3	3	3	19
55	4	4	3	4	3	3	21
56	4	4	3	3	4	4	22
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	4	4	20
59	3	3	3	3	3	3	18
60	4	4	3	3	4	4	22
61	4	3	4	3	4	4	22
62	3	4	3	3	3	3	19

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

63	3	3	4	3	3	3	19
64	5	5	5	5	5	5	30
65	3	4	3	4	4	4	22
66	5	4	5	5	4	4	27
67	4	3	4	4	4	3	22
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	5	5	30
70	3	3	4	2	2	2	16
71	5	3	3	3	4	4	22
72	4	4	3	2	2	2	17
73	3	4	3	4	3	3	20
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	5	5	5	30
76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	5	5	5	30
78	3	3	3	4	4	3	20
79	4	4	4	5	5	5	27
80	2	2	3	3	3	3	16
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	3	4	5	5	5	27
84	4	4	3	4	3	4	22
85	3	3	4	3	4	4	21
86	4	5	4	5	4	5	27
87	4	4	3	4	3	4	22
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	3	3	4	3	21
90	3	4	3	3	4	4	21
91	3	3	4	4	4	4	22
92	5	5	5	5	5	5	30
93	3	3	3	3	3	3	18
94	4	5	5	5	5	5	29
95	5	5	5	4	4	5	28
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	5	25
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	4	3	3	4	4	23
100	5	2	4	4	4	4	23

**KARAKTERISTIK RESPONDEN**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 21 Tahun	16	16.0	16.0	16.0
	22 - 26 Tahun	60	60.0	60.0	76.0
	27 - 31 Tahun	9	9.0	9.0	85.0
	32 - 36 Tahun	9	9.0	9.0	94.0
	37 - 41 Tahun	3	3.0	3.0	97.0
	42 - 46 Tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	36	36.0	36.0	36.0
	Perempuan	64	64.0	64.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	2	2.0	2.0	2.0
	SMA	51	51.0	51.0	53.0
	D3	8	8.0	8.0	61.0
	S1	37	37.0	37.0	98.0
	S2	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/MAHASISWA	34	34.0	34.0	34.0
	WIRUSAHA	10	10.0	10.0	44.0
	KARYAWAN SWASTA	25	25.0	25.0	69.0
	PEGAWAI NEGERI SIPIL	10	10.0	10.0	79.0
	IBU RUMAH TANGGA	11	11.0	11.0	90.0
	TIDAK/BELUM BEKERJA	5	5.0	5.0	95.0
	LAINNYA	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah Pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 Kali	18	18.0	18.0	18.0
	3-5 Kali	28	28.0	28.0	46.0
	> 5 Kali	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp1.000.000	43	43.0	43.0	43.0
	Rp1.000.001 - Rp2.000.000	15	15.0	15.0	58.0
	Rp2.000.001 - Rp3.000.000	16	16.0	16.0	74.0
	> Rp3.000.001	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

### VARIABEL LABELISASI HALAL (X1)

Dengan adanya label halal saya yakin bahwa bahan baku pembuatan sosis kanzler sudah

halal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	18.0
	Netral	22	22.0	22.0	40.0
	Setuju	34	34.0	34.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Adanya tulisan "Halal" membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian sosis kanzler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Netral	23	23.0	23.0	39.0
	Setuju	35	35.0	35.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya selalu memperhatikan ada atau tidaknya label halal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	19.0
	Netral	21	21.0	21.0	40.0
	Setuju	31	31.0	31.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Label halal pada produk sosis kanzler menjamin kehalalan produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	18.0
	Netral	22	22.0	22.0	40.0
	Setuju	28	28.0	28.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Label halal pada produk sosis kanzler memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan haram dan berbahaya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	15.0
	Netral	22	22.0	22.0	37.0
	Setuju	38	38.0	38.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya percaya dengan adanya label halal yang menempel pada kemasan produk sosis kanzler memberikan informasi dan keyakinan bahwa proses produksinya sudah sesuai dengan syariat Islam**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	22	22.0	22.0	23.0
	Netral	16	16.0	16.0	39.0
	Setuju	31	31.0	31.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	





**VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Produk sosis kanzler memiliki komposisi sesuai dengan kebutuhan saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	20	20.0	20.0	21.0
	3.00	21	21.0	21.0	42.0
	4.00	26	26.0	26.0	68.0
	5.00	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Produk sosis kanzler mencantumkan masa kedaluwarsa pada kemasannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	22	22.0	22.0	22.0
	3.00	15	15.0	15.0	37.0
	4.00	27	27.0	27.0	64.0
	5.00	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Sosis kanzler memiliki daya tahan kemasan yang baik sehingga produk tetap dalam keadaan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	19.0	19.0	19.0
	3.00	11	11.0	11.0	30.0
	4.00	35	35.0	35.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Produk sosis kanzler telah memenuhi sertifikasi SNI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	19.0	19.0	19.0
	3.00	11	11.0	11.0	30.0
	4.00	41	41.0	41.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Produk sosis kanzler terkenal dimasyarakat karena terbuat dari bahan premium**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	17	17.0	17.0	19.0
	3.00	9	9.0	9.0	28.0
	4.00	44	44.0	44.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Produk sosis kanzler memiliki label halal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	16	16.0	16.0	18.0
	3.00	10	10.0	10.0	28.0
	4.00	41	41.0	41.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

**Sebelum membeli sosis saya mempertimbangkan kualitas dan kehalalan sosis tersebut**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	42	42.0	42.0	45.0
	4.00	42	42.0	42.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena memiliki kualitas baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	43	43.0	43.0	47.0
	4.00	43	43.0	43.0	90.0
	5.00	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena mudah untuk dikonsumsi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	3	3.0	3.0	4.0
	3.00	41	41.0	41.0	45.0
	4.00	40	40.0	40.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena kemudahan memperoleh produk tersebut**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	5	5.0	5.0	6.0
	3.00	36	36.0	36.0	42.0
	4.00	44	44.0	44.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya memutuskan untuk membeli sosis kanzler karena informasi yang dibutuhkan sudah tertera dengan jelas pada kemasan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	8.0	8.0	8.0
	3.00	31	31.0	31.0	39.0
	4.00	49	49.0	49.0	88.0
	5.00	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya memutuskan untuk melakukan pembelian sosis kanzler karena sudah berlabel halal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	33	33.0	33.0	39.0
	4.00	46	46.0	46.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



UJI VALIDITAS

VARIABEL LABELISASI HALAL (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.793**	.805**	.800**	.789**	.757**	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.793**	1	.852**	.819**	.708**	.786**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.805**	.852**	1	.830**	.721**	.757**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.800**	.819**	.830**	1	.814**	.838**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.789**	.708**	.721**	.814**	1	.833**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.757**	.786**	.757**	.838**	.833**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.X1	Pearson Correlation	.906**	.907**	.909**	.935**	.890**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Hak Cipta dilindungi undang-undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



**VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)**

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.856**	.752**	.729**	.690**	.672**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.856**	1	.851**	.812**	.756**	.719**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.752**	.851**	1	.907**	.830**	.780**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.729**	.812**	.907**	1	.840**	.850**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.690**	.756**	.830**	.840**	1	.867**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.672**	.719**	.780**	.850**	.867**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.X2	Pearson Correlation	.864**	.917**	.937**	.939**	.911**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



**VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

**Correlations**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL.Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.667**	.550**	.492**	.610**	.587**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.667**	1	.476**	.485**	.536**	.570**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.550**	.476**	1	.757**	.608**	.603**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.492**	.485**	.757**	1	.661**	.671**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.610**	.536**	.608**	.661**	1	.851**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.587**	.570**	.603**	.671**	.851**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.786**	.748**	.816**	.833**	.869**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

## UJI RELIABILITAS

### VARIABEL LABELISASI HALAL (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	6

### VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	6

### VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

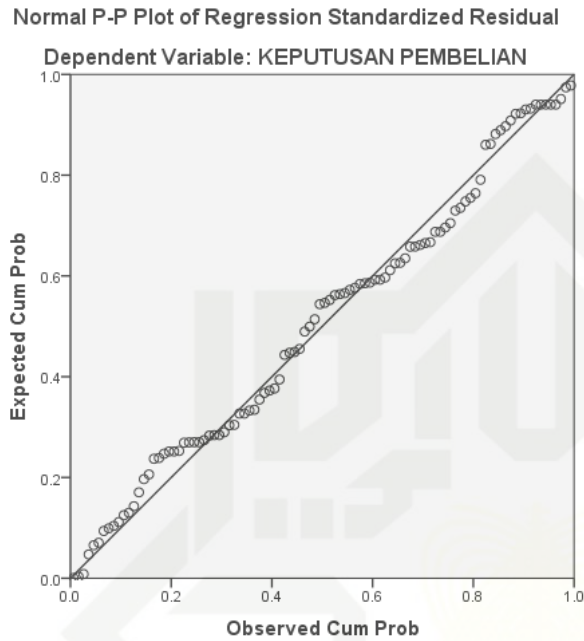
#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## UJI ASUMSI KLASIK

### UJI NORMALITAS



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61632016
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.053
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## UJI MULTIKOLINEARITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.969	1.148		8.687	.000		
	LABELISASI HALAL	.261	.055	.402	4.749	.000	.662	1.510
	KUALITAS PRODUK	.270	.054	.425	5.021	.000	.662	1.510

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## UJI AUTOKORELASI

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.529	2.64788	1.456

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, LABELISASI HALAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## UJI HETEROSKEDASTISITAS

**Scatterplot**

Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**UJI REGRESI LINEAR BERGANDA**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.969	1.148		8.687	.000
	LABELISASI HALAL	.261	.055	.402	4.749	.000
	KUALITAS PRODUK	.270	.054	.425	5.021	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

**UJI HIPOTESIS**

**UJI PARSIAL**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.969	1.148		8.687	.000
	LABELISASI HALAL	.261	.055	.402	4.749	.000
	KUALITAS PRODUK	.270	.054	.425	5.021	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

**UJI SIMULTAN**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	796.122	2	398.061	56.978	.000 <sup>b</sup>
	Residual	677.668	97	6.986		
	Total	1473.790	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, LABELISASI HALAL

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

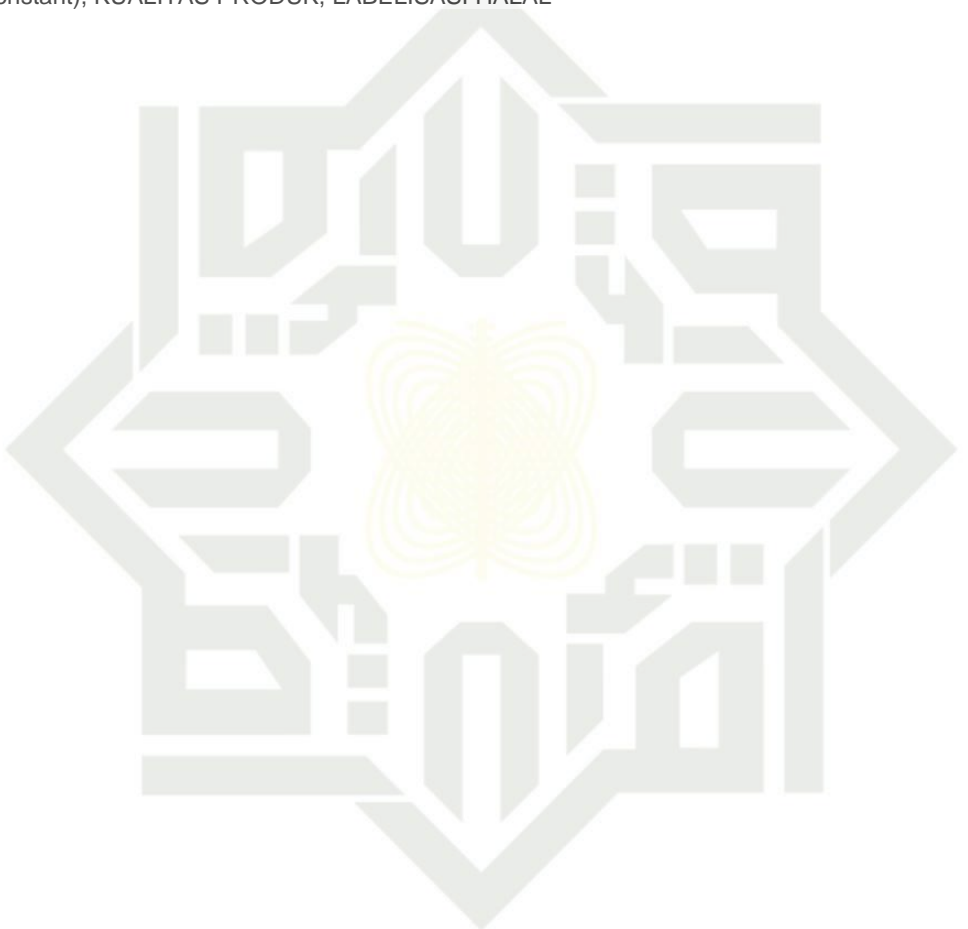
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 <sup>a</sup>	.540	.531	2.64315

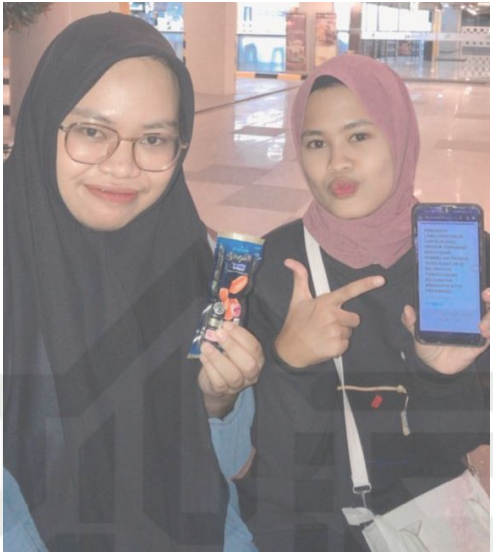
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, LABELISASI HALAL



UIN SUSKA RIAU

## DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : [dpmtsp@riau.go.id](mailto:dpmtsp@riau.go.id)

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/52975  
TENTANG



#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Nomor : B-697/Un.04/F.VIII/PP.00.9/1/2023 Tanggal 17 Januari 2023, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

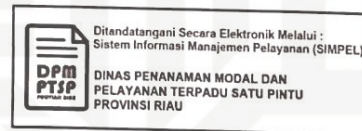
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : TASYA IRA DHANI   |
| 2. NIM / KTP         | : 11970120178   |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : KELURAHAN TOBEKGODANG   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 20 Januari 2023



#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru  
Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



## BIOGRAFI PENULIS

Tasya Ira Dhani atau akrab disapa Tasa. Lahir di Pekanbaru, 01 Juni 2000. Penulis merupakan anak tunggal dari ayahanda Budi Sutrisno dan ibunda Katini. Riwayat pendidikan formal yang ditempuh penulis dimulai dari SD Negeri 130 Pekanbaru dan lulus tahun 2013. Dilanjutkan

pada jenjang Tsanawiyah di MTs Muhammadiyah 02 Pekanbaru dan lulus pada tahun 2016. Melanjutkan pendidikan ke tingkat kejuruan pada SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dan lulus pada tahun 2019. Dan melanjutkan pendidikan jenjang S1 pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selama masa perkuliahan, Penulis melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS KANZLER DI KELURAHAN TOBEKGODANG KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU”. Pada tanggal 17 Desember 2022 Penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan “LULUS” serta pada tanggal 27 Juni 2023 Penulis mengikuti Ujian Munaqasah dan dinyatakan “LULUS” dan layak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.